Gestão de Negócios de Games

Prof. Marcos Cardoso

Plano de Negócios – Plano de Marketing &
Estratégia de Vendas e Operações

Plano de Marketing & Estratégia de Vendas

- É a forma de entrar em contato e motivar seus clientes a comprarem;
- Você tem que mostrar como vai atingir o seu cliente e que preço vai cobrar por isso;
- Deve ser mais reduzido do que o plano de marketing tradicional.

Você precisa definir

- Como tornar seus clientes cientes da existência de seus produto ou serviço;
- Que tipo de mensagem você está tentando transmitir aos clientes sobre seu produto-serviço ou empresa;
- Métodos específicos utilizados para transmitir e reiterar sua mensagem;
- Como estruturar as vendas existentes.

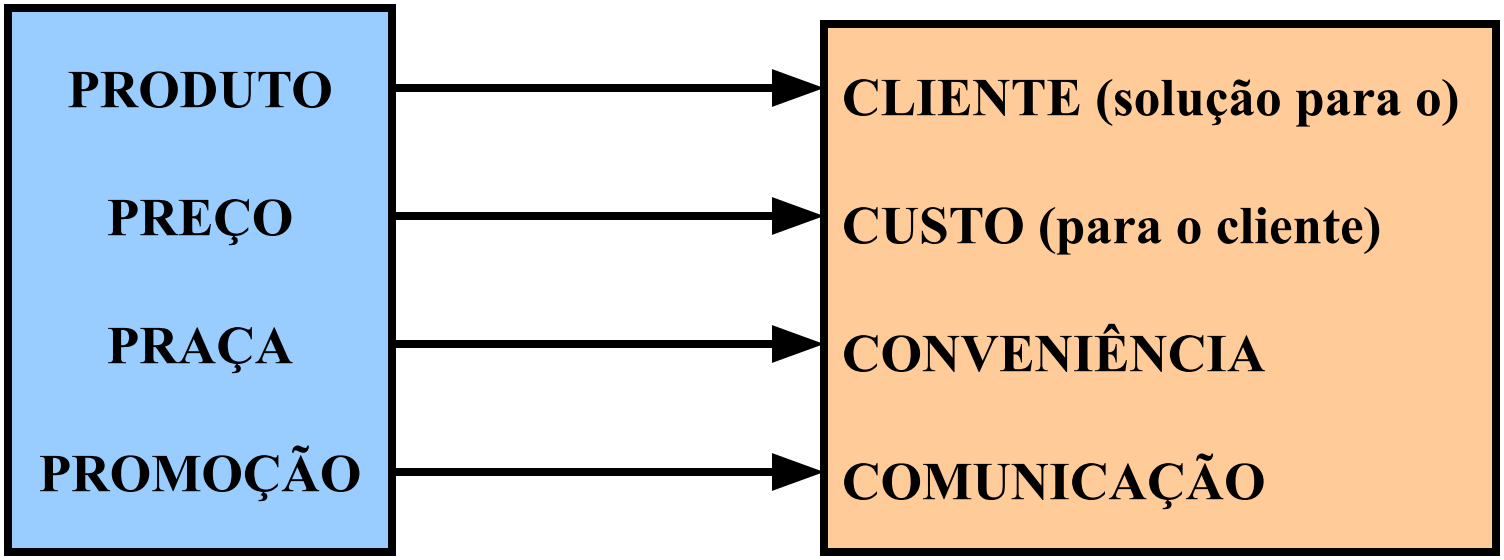
A mensagem da empresa

- Deve ser clara;
- Deve trazer um apelo ou atributo;
- É mais um posicionamento do que a missão da empresa;
- Não necessariamente fala do produto em si, mas dos benefícios que ele traz.

Os 4 P´s do Marketing

O MIX DE MARKETING

Robert Lauterbom relaciona os 4Ps com os 4 Cs



Os 5 F´s

- **Funções.** De que forma o produto satisfaz suas necessidades reais?
- **Finanças.** Como a compra irá afetar sua situação financeira global, não apenas o preço do produto ou do serviço, mas eventuais economias e aumento de produtividade dela decorrente?
- **Facilidade.** Qual é a conveniência de se utilizar o produto e serviço? De que forma o consumidor vai ganhar tempo e ter menos com que se preocupar em outros aspectos de suas vidas?
- **Feeling.** Como o produto ou serviço faz os consumidores se sentirem em relação a si mesmos e de que maneira isso influencia sua auto-imagem? Eles irão respeitar e simpatizar com o vendedor e com a empresa?
- **Futuro.** De que forma os consumidores vão lidar com o produto ou serviço e a empresa com o tempo, se assessoria e serviços estiverem disponíveis? De que forma o produto ou serviço irá afetar suas vidas em um futuro próximo? Eles terão uma sensação de segurança melhor no futuro?

O Poder da mensagem indireta

- Mensagens indiretas podem ser mais efetiva que mensagens diretas;
- O estilo da empresa transmite os valores da empresa.

Veículos de marketing

Busque adequar sua mensagem de marketing com os veículos que deseja usar, não esqueça:

- Da adequação. Os veículos de marketing precisam atingir seu público-alvo real e serem adequados à sua imagem;
- Da variedade. Utilize mais de um veículo, de modo que você seja exposto aos clientes por meio de várias fontes;
- Da repetição. São necessárias muitas exposições até que o consumidor tome consciência da mensagem;
- Condições de arcar com os custos.

Seja criativo

- Nem sempre os melhores veículos são os mais caros ou mais óbvios;
- Tente atingir o seu público-alvo da forma que ele menos espera onde ele mais freqüenta;
- Novas ferramentas como online são muito importantes nos dias de hoje.

Alguns dos veículos que podem ser utilizados

- Prospectos;
- Mídia impressa;
- Mídia eletrônica;
- Brindes com publicidade;
- Mala direta
- Relações Públicas;
- Amostras;
- Marketing informal/de rede.

Táticas de maketing

- Propaganda na mídia;
- Marketing baseado no cliente;
- Parcerias estratégicas;
  - Propaganda Cooperativa;
  - Licenciamento;
  - Acordo de distribuição;
  - Banded pack;
- Ofertas especiais/promoções;
- Brindes.

Estrutura de vendas – força de vendas

- É a força de vendas que tem contato com seus clientes e que determinam se seu produto ou serviço será ou não consumido;
- Deve-se definir quais as responsabilidades da equipe de vendas;
- Como serão as comissões e os incentivos?
- A força de vendas pode ser:
  - Vendedores internos.
  - Vendedores externos.
- Serviços de telemarketing de terceiros podem ser utilizados;
- É necessário ter treinamento e remuneração especiais para vendas.

O processo de vendas

- Telemarketing/contato direto;
- Chamadas;
- Produtividade;
- Preenchimento dos pedidos;
- Metas;
- Trabalho de follow up;
- Ajudar os clientes a controlar estoque e vendas.

Operações

O que é?

- A descrição de como sua empresa funciona;
- Como você controla seu estoque;
- Que equipamentos utilizará e quando irá trocá-los;
- Sem uma clara definição da operação a probabilidade de fracasso aumenta;
- Um bom planejamento pode resultar em maiores margens de lucro;
- É indicado desenvolver um manual de procedimentos e operações;
- No plano de negócios porém não seja muito detalhista.

O que você precisa abordar?

- As questões que sejam fundamentais à natureza e ao sucesso da empresa;
- As questões que lhe dêem competitividade significativa;
- As questões que sejam capazes de superar dificuldades frequentes enfrentadas por empresas como a sua.

Instalações

- Localização;
- Aspectos físicos das instalações;
- Contrato de aluguel;
- Melhorias;
- Serviços públicos/manutenção;
- Proximidade do público-alvo, outros.

Produção

- Defina o processo de produção da sua indústria;
- Invista tempo em analisar como produzir/desenvolver de forma mais eficiente e com mais qualidade e no futuro aumentar a margem de lucro;
- Como você irá organizar e distribuir a mão-de-obra;
- Utilização de mão-de-obra variável;
- Subcontratações.

Novas tecnologias

- Verifique quais novas tecnologias você pode utilizar ou introduzir no seu processo produtivo;
- A lucratividade e a produtividade podem ser melhoradas com a utilização destas novas técnicas;
- Em empresas que trabalham exatamente com desenvolvimento tecnologico os investidores estarão interessados nas tecnologias que a empresa está pesquisando;
- Em alguns casos vale ter uma seção em separado chamado de A Tecnologia.

O Plano de Produção

- Mão-de-obra/mão-de-obra variável;
- Produtividade;
- Capacidade de produção;
- Controle de qualidade;
- Materiais e móveis.

Controle de Estoque

- Deixar estoque parado influencia diretamente na lucratividade da empresa;
- Cada caixa parada representa não só espaço ocupado mas também dinheiro parado;
- Sem estoque você também poderá perder vendas;
- Crie um sistema de gerenciamento de estoque que possa o fluxo de informação;
- Para isso o ideal é monitorar as vendas;
- Trabalhe sempre em parceria com seus fornecedores para ter produtos e estoque adequados.

Métodos de gerenciamento de estoque

- Just-in-time;
- Desenvolver um Sistema de Controle de Informações (*Management Information System);*
- Você pode querer estimar também o valor do seu estoque usando os sistemas LIFO ou FIFO.

Fornecimento e distribuição

- Entender o sistema de fornecimento e distribuição de sua empresa é essencial para um ótimo funcionamento da mesma;
- Dependendo do perfil do seu negócio você precisará de um estilo de fornecedor;
- Não dependa de um único competidor;
- Estreite as relações com seus fornecedores;
- Escolha fornecedores que reconheçam suas necessidades;
- Uma distribuição confiável é absolutamente necessária.

Execução de pedidos e serviço ao cliente

- Seu trabalho só termina quando seu cliente recebe o produto em tempo e nas condições adequadas;
- Os clientes demandam tempo e atenção;
- Não pense que você está bem simplesmente por que não recebe reclamações... Muitos clientes não reclamam pois já nem querem mais serem atendidos por seus produtos;
- Avalie sempre seu processo de execução de pedidos.

Pesquisa e Desenvolvimento

- É importante pensar em como você irá criar novos produtos e para isso pesquisa e desenvolvimento são fundamentais;
- Só assim você estará preparado para mudanças no perfil dos seus consumidores ou para qualquer alteração que se faça;
- A amplitude da pesquisa e desenvolvimento varia de empresa para empresa;
- O ideal é sempre ter algumas pessoas pesquisando novas tecnologias e outras pesquisando novos produtos e processos.

Controle Financeiro

- Entender o fluxo de caixa da empresa;
- Evitar pagar juros por falta de organização;
- Crie mecanismos que garantam dados financeiros rápidos e precisos;
- Tenha informação online... Não dependa de relatórios mensais;
- Procure se proteger de possíveis fraudes;
- O sistema financeiro deve trazer informações regulares e um *feedback* constante.

Pergunta 1

– Não é um dos 5 F´s apresentados em sala?

a) Finanças;

b) Futuro;

c) Flexibilidade;

d) Facilidade.

Pergunta 2

– No plano de Marketing dentro do Plano de Negócios...

a) Tenho que ter o maior número de detalhes possível;

b) Tenho que ter uma mensagem que se pareça muito com a missão da empresa;

c) Tenho que definir minhas ações estratégicas de acordo com os 4 P's do Marketing.

d) Tenho que ter uma mensagem clara, parecida com um posicionamento;

Pergunta 3

– É conseqüência de uma boa administração de estoques:

a) Maior lucratividade por manter o estoque em níveis ideais;

b) Aumento nas vendas;

c) Perda de vendas;

d) A utilização do sistema Just-in-time.

Pergunta 4

– Na parte de fornecimento e distribuição é essencial...

a) Focar em um grande fornecedor;

b) Ter o máximo de distribuidores, mesmo que abrindo mão da qualidade;

c) Ter um número de fornecedores suficientes que estejam em linha com a sua empresa;

d) Ter o menor custo de fornecimento e distribuição.

Pergunta 5

– No plano de produção é importante...

a) Definir quanto se investirá em Marketing para o produto;

b) Definir quem será seus distribuidores;

c) Definir como será feito o controle de qualidade;

d) Definir a capacidade de investimento financeiro da empresa.

Trabalho Final

- Plano de Negócios
-

Bibliografia

– ABRAMS, Rhonda Business Plan: estratégia e sucesso.. São Paulo: Editora Érica, 1998.

Dúvidas, Perguntas, Outros: